

**HUBUNGAN ANTARA CITRA PERUSAHAAN DENGAN  
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. SINDE BUDI SENTOSA  
(Survei Pada Naga Swalayan Ciracas)**

***RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE IMAGE AND  
CUSTOMER LOYALTY AT PT. SINDE BUDI SENTOSA (Survey  
in Naga Swalayan Ciracas)***

**ANDRE PASKA P  
8223108301**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2013**

## ABSTRAK

**ANDRE PASKA P. 2010. Hubungan Antara Citra Perusahaan Dengan Loyalitas Konsumen Pada PT. Sinde Budi Sentosa (Survei Pada Naga Swalayan Ciracas)**. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas konsumen pada PT. Sinde Budi Sentosa (survei pada Naga *Swalayan Ciracas*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan penarikan sampel acak. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif dengan korelasi *product moment*.

Dari hasil penulisan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan yang positif antara citra perusahaan dengan loyalitas konsumen PT. Sinde Budi Sentosa sebesar 0,72 dan besarnya hubungan citra perusahaan yang dilakukan menerangkan loyalitas konsumen sebesar 51,84% dengan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 5\%$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.

Kata Kunci : Citra perusahaan, Loyalitas konsumen

## **ABSTRACT**

**ANDRE PASKA P. 2010. Relationship Between Corporate Image and Customer Loyalty at PT. Sinda Budi Sentosa (Survey in Naga Swalayan Ciracas).** DIII Marketing Management Study Program. Departement of Management. Faculty of Economics. Satate University of Jakarta.

Scientific work aims to determine whether or not the relationship between corporate image on consumer loyalty at PT. Sinda Budi Sentosa (Survey Naga Swalayan Ciracas). The method used in this study is a descriptive analysis using data gathered through a literature study, observation and questionnaires. The sampling technique used by random sampling. In this study the authors used qualitative data analysis techniques and quantitative product moment correlation.

From the results of this scientific work can be concluded that the existence of a positive relationship between corporate image and customer loyalty PT. Sinda Budi Sentosa of 0.72, and the influence of corporate image conducted to explain the customer loyalty of 51.84% with a significance level of 5% ( $\alpha = 5\%$ ). Thus we can conclude that  $H_1$  accepted.

*Keywords: Corporate Image, Costumer Loyalty*

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, MM  
NIP. 19620623 199003 2 001



18/7 2013

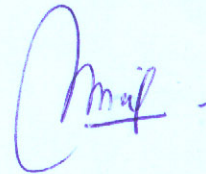
Jakarta, Juni 2013

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi DIII Pemasaran



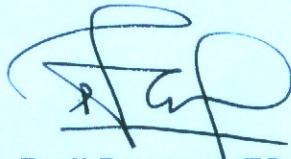
Dra. Hamidah, SE, M.Si  
NIP. 19560321 198603 2 001



Dra. Umi Mardiyati, M.Si  
NIP. 19570221 198503 2 002

## LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



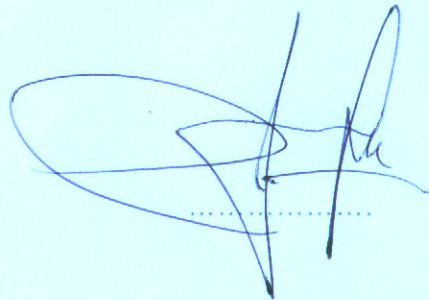
Drs. Dedi Purwana, ES., M. Bus.  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama  
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

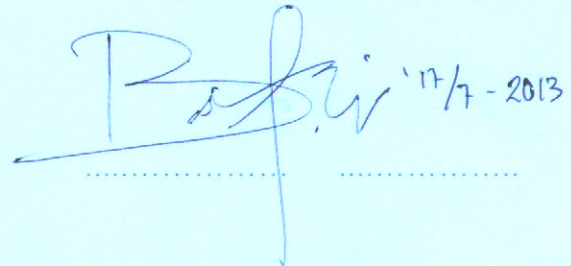
Agung Kresnamurti, R.P, ST.,MM  
NIP. 19740416 200604 1 001



17/7 - 2013

Penguji Ahli


Dra. Basrah Saidani, M.Si  
NIP. 19630119 199203 2 001



17/7 - 2013

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, MM  
NIP. 19620623 199003 2 001



18/7 2013



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus. Atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul : **“Hubungan Antara Citra Perusahaan Dengan Loyalitas Konsumen pada PT. Sinda Budi Sentosa”**

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang manajemen pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Solikhah, MM, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan karya ilmiah ini dari awal hingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. Dedi Purwana, ES., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Ibu Dr. Hamidah, SE., M. Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dra. Umi Mardiyati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan mendidik secara baik selama penulis menjalani masa studi.
6. Kedua orangtua, Bapak M. Tampubolon dan Ibu Senti Manurung serta adik tercinta, Juneo Alfian dan Hotnida Lasni Rohana, yang tiada hentinya memberikan motivasi, nasihat, dan doa kepada penulis.
7. William Sijabat, Steffi Cristanti, Richard Maruli, Abednego, Tia Wijayanti, Kiki Amelia, Rettha Yohana, Stefanus Rena, Tio Ronauli, Daulat Sijabat, Agnes Olin, seluruh rekan-rekan mahasiswa Manajemen Pemasaran 2010, serta seluruh sahabat yang tidak dapat disebutkan, yang selalu memberikan motivasi dan bantuan yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Akhir kata penulis mohon maaf apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan. Kiranya hasil penulisan ini mudah-mudahan dapat memberi manfaat kepada semua pihak yang memerlukan

Jakarta, Juli 2013

Penulis